

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK SIKAT GIGI ORAL – B TERHADAP KEINGINAN BELI KONSUMEN SIKAT GIGI DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Lucy Wuriyani

Perkembangan teknologi selalu selaras dengan perkembangan zaman. Semakin berkembangnya teknologi menjadikan kebutuhan manusia semakin meningkat. Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah menyikat gigi. Oral – B merupakan salah satu merek sikat gigi yang mengedepankan desain produknya. Desain, yang merupakan salah satu unsur pembangun identitas merek harus diciptakan semenarik mungkin agar konsumen tertarik. Banyaknya desain sikat gigi yang ada di pasaran saat ini menyebabkan desain menjadi salahh satu hal yang dipertimbangkan dalam persepsi konsumen untuk membeli. Masalah yang dihadapi adalah *gain index* sikat gigi Oral – B yang tinggi tetapi Oral – B hanya menempati posisi ketiga dalam pangsa pasar, yang dikarenakan penjualan yang menurun. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah : apakah desain produk sikat gigi Oral - B berpengaruh positif terhadap keinginan membeli suatu konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk pada variabel warna, bentuk (desain), *size* / ukuran, logo / merek, tekstur, dan material terhadap keinginan beli konsumen sikat gigi di Bandar Lampung. Hipotesis yang diajukan adalah desain produk sikat gigi Oral – B berpengaruh positif terhadap keinginan beli konsumen di Bandar Lampung, yang dilakukan dengan *non-probability sampling* dengan cara *accidental sampling* dengan sampel yang ditentukan sebanyak 150 responden.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan cara menganalisis permasalahan melalui pendekatan teoritis dan berdasarkan konsep pemasaran, khususnya teori-teori yang berkaitan dengan desain produk dan menganalisis hubungannya dengan

keinginan beli konsumen di Bandar Lampung pada produk sikat gigi Oral – B. Analisis kuantitatif dihitung menggunakan analisis regresi binari logistik dengan bantuan program SPSS 13.0.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh desain produk berpengaruh positif terhadap keinginan beli pada tingkat signifikansi 0,05. Ditandai dengan warna signifikan pada probabilitas 0,001, bentuk (desain) signifikan pada probabilitas 0,001, *size* / ukuran signifikan pada probabilitas 0,008, logo / merek signifikan pada probabilitas 0,005, tekstur signifikan pada probabilitas 0,002, dan material signifikan pada probabilitas 0,025. Berdasarkan perbedaan probabilitas keenam variabel bahwa warna dan bentuk (desain) lebih signifikan daripada variabel lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa warna dan bentuk (desain) lebih berpengaruh dominan terhadap keinginan beli. Uji ketepatan model binari logistik dengan uji *Hosmer And Lameshow* diperoleh angka sebesar 1,000. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Nilai *Nagelkerke R²* sebesar 0,835, berarti bahwa variabel desain produk yaitu warna, bentuk (desain), *size*, logo / merek, tekstur, dan material hanya mampu mempengaruhi keinginan beli sebesar 83,5 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel desain produk.

Saran yang dapat diberikan pada produsen sikat gigi Oral – B, yaitu Procter & Gamble sebaiknya terus mempertahankan dan lebih meningkatkan berbagai macam desain produk sikat giginya karena berdasarkan kuesioner yang disebar, variabel desain produk berpengaruh positif terhadap keinginan beli dan mempertahankan nama baik merek di pasar dengan terus meningkatkan kualitas desain produknya dengan menambahkan warna baru, menciptakan bentuk yang lebih menarik, menciptakan ukuran gagang sikat dan bulu sikat yang lebih nyaman, mempertajam logo pada produk, memperhalus tekstur gagang sikat dan tekstur bulu sikat, serta menggunakan kualitas material yang lebih baik dan ramah lingkungan. Agar hasil penelitian dapat diteruskan untuk dipertimbangkan oleh P&G pusat, maka disarankan agar dilakukan penelitian yang lebih lanjut.